

## **Особливості поведінкового компоненту особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців**

Структурний аналіз особистісно-професійної суб'єктності передбачає виділення продуктивних компонентів в системі індивідуального функціонування підприємців, які мають відношення до ціннісно-сміслових аспектів діяльності. Ми виходимо з того, що підприємницький етнос являє собою сукупність життєвих сценаріїв економічної поведінки, що реалізуються в індивідуальних моделях досягнення успіху, які, в свою чергу, наповнюють певним змістом мотивацію досягнення і визначаються уявленням особистості про цілі-символи досягнення успіху у співвідношенні зі способами досягнення цих цілей.

Завдання нашого дослідження полягало у тому, щоб здійснити аналіз індивідуальної моделі економічної поведінки, яка визначається уявленнями майбутніх підприємців про способи досягнення успіху у професійній сфері діяльності. У проведеному нами дослідженні брало участь 138 студентів денної форми навчання Інституту підприємництва та сучасних технологій м. Житомира, з них 68 осіб, які навчаються на 2 курсі, і 70 осіб, які навчаються на 5 курсі.

Аналіз смислових структур, що лежать в основі уявлень потенційних підприємців щодо способів досягнення економічного успіху, здійснювався шляхом виявлення характеру співвідношення “Я” з характеристиками етико-економічних стилів професійної діяльності. За основні стилі економічної поведінки ми обрали виділені Е.Фроммом [1] п'ять етико-економічних орієнтацій особистості – “рецептивна”, “експлуатуюча”, “накопичуюча”, “ринкова” та “функціональна” (або “орієнтація послуги”). Кожний стиль поведінки визначається рядом

характеристик, що проявляються при взаємодії суб'єкта з іншими людьми та власністю в процесі діяльності.

На даному підґрунті було розроблено оцінну матрицю, в якій за конструкти було обрано характеристики основних стилів етико-економічної поведінки. Це: “поступливий”, “скромний”, “чутливий”, “відповідальний”, “оптиміст”, “самовпевнений”, “ініціативний”, “гордий”, “імпульсивний”, “терплячий”, “уважний”, “відданий”, “стриманий”, “охайний”, “передбачливий”, “обережний”, “наполегливий”, “врівноважений”, “економний”, “вільнодумуючий”, “допитливий”, “кмітливий”, “комунікабельний”, “недогматичний”, “інноваційний”, “самодостатній”, “конкурентоспроможний”, “раціональний”, “ні з ним себе не порівнює”. Додатково для уточнення місця власного образу “Я” в просторі моделей етико-економічної поведінки в оцінну матрицю був введений конструкт “такий же як Я”.

Студентам необхідно було оцінити елемент матриці “успішний підприємець” по виділених конструктах за 7-ми бальною шкалою (від 1 до 7). Якщо студент оцінював образ успішного підприємця певним конструктом балом від 5 до 7, то ми вважали, що характеристика, яка відповідає даному конструкту, входить до складу відповідного стилю етико-економічної діяльності. Такий підхід дозволив нам зробити кількісний розподіл характеристик економічної поведінки в сукупній моделі способу досягнення успіху у вибірці потенційних підприємців другого і п'ятого курсів, який представлено у табл. 1.

В структуру “Я” п'ятикурсників, як бачимо з табл. 1, переважно входять характеристики “накопичуючого” (ранг 1) і “функціонального” (ранг 2) стилів професійної діяльності, тоді як у другокурсників в сукупну модель діяльності досягнення успіху в підприємництві входять здебільшого характеристики “накопичуючого” (ранг 1) у поєднанні з “ринковим” стилем

(ранг 2). У виборці ж п'ятикурсників “ринкові” характеристики займають останнє місце в ієрархії стилів етико-економічної поведінки.

*Таблиця 1*

Розподіл характеристик стилів економічної поведінки у сукупній моделі способу досягнення успіху у вибірці потенційних підприємців

N = 138

Стилі економічної поведінки	% характеристик стилю в образі “Я” 2-курсників	Ранг стилю в сукупному образі переважаючого способу досягнення успіху	% характеристик стилю в образі “Я” 5-курсників	Ранг стилю в сукупному образі переважаючого способу досягнення успіху
“рецептивний”	19,1	3	12,8	4
“експлуатуючий”	8,8	5	20,0	3
“накопичуючий”	41,2	1	37,1	1
“ринковий”	23,5	2	10,0	5
“функціональний”	14,7	4	24,3	2

Суттєвою також є відмінність між студентами другого і п'ятого курсів по характеристиці “експлуатуючого” стилю: для потенційних підприємців випускного курсу дані характеристики займають ранг “3”, тоді як у другокурсників вони займають в ієрархії останнє місце. Таким чином, образ “успішного Я” носить функціонально-накопичуючий характер з елементами експлуатуючого у п'ятикурсників і ринково-накопичуючого – у другокурсників. Поєднання характеристик двох стилів підтверджує думку, що жоден із стилів діяльності, що входить в модель успіху, не може розглядатися ізольовано від решти стилів, оскільки в реальності не існує так званих “чистих” типів або стилів поведінки.

У трактуванні Е.Фромма, будь-який соціально-психологічний стиль діяльності включає два змістовних компоненти – соціально-психологічні характеристики і переважаючий спосіб одержання матеріальних засобів. Перевага у поведінці потенційних підприємців характеристик “накопичуючого” стилю, за Е.Фроммом, говорить про їх психологічну відчуженість від соціального оточення, про ізолюваність їх власного “Я” від інших людей, з однієї сторони, та прагнення акумулювати матеріальні засоби за рахунок їх накопичення, збереження, економії, з іншої.

Виявлена схожість суб’єктивних моделей успіху другокурсників і п’ятикурсників обмежується лише однаковим рангом (1) характеристик “накопичуючого” стилю діяльності. Однак, змістовний аналіз даного стилю діяльності показує суттєві якісні відмінності в характеристиках, що співвідносяться з образом “Я”.

З табл. 2 бачимо, що у п’ятикурсників в образі “успішного Я” переважають характеристики “обережного, наполегливого, врівноваженого, терплячого, стриманого та економного” накопичувача (коефіцієнти кореляції конструкту “такий же як Я” з характеристиками даного стилю 0.918, 0.864, 0.780, 0.760, 0.743, 0.631 відповідно), а у вибірці другокурсників переважають характеристики “відданого виконавця” (терплячий, уважний, відданий, стриманий, передбачуваний, обережний з коефіцієнтами кореляції 0.842, 0.761, 0.705, 0.685, 0.555, 0.550 відповідно). “Накопичуючі” характеристики випускників, як бачимо, демонструють перевагу “раціонального” стилю діяльності, що забезпечує прибуток і веде до успіху, а для другокурсників серед характеристик “накопичуючого” стилю підкреслюється важливість уважності, охайності, передбачуваності, відданості.

Значні відмінності між студентами другого і п’ятого курсів вбачаємо у прояві в образі “Я” характеристик “обмінюючого” стилю. “Обмінюючий” стиль у трактуванні Е.Фромма реалізується у відчуженості від людей при зовнішній комунікабельності та

спілкуваності. Контакти з людьми носять поверхневий характер, оскільки “Я” ізольоване від інших “Я”. Однак, даний тип поведінки потребує постійних контактів з іншими, постійної включеності у ринкові стосунки, де товаром є власна особистість. Така людина намагається дорожче “продати” себе, своє “Я”, обміняти свої особисті переваги та привабливу зовнішність на матеріальні цінності і статус.

*Таблиця 2*

Результати змістовного аналізу стилів економічної поведінки  
потенційних підприємців

Характеристики стилів, що мають місце в сукупному образі “Я” 2-курсників	Коеф. кореляції конструкту “такий же як Я” з характеристиками стилів	Характеристики стилів, що мають місце в сукупному образі “Я” 5-курсників	Коеф. кореляції конструкту “такий же як Я” з характеристиками стилів
“рецептивний” : поступливий скромний відповідальний	0.826 0.630 0.517	чутливий оптиміст	0.838 0.767
“експлуатуючий”: самовпевнений	0.664	ініціативний гордий самовпевнений імпульсивний	0.890 0.856 0.774 0.684
“накопичуючий” : терплячий уважний відданий стриманий передбачуваний обережний	0.842 0.761 0.705 0.685 0.555 0.550	обережний наполегливий врівноважений терплячий стриманий економний	0.918 0.864 0.780 0.760 0.743 0.631
“ринковий”: вільнодумачий допитливий	0.825 0.762	толерантний інноваційний	0.853 0.712

кмітливий	0.727		
комунікабельний	0.683		
недогматичний	0.523		
“функціональний” :		не схожий на інших	0.836
самодостатній	0.697	раціональний	0.826
конкурентоспроможний	0.552	незалежний	0.774
		не порівнює себе з ін.	0.741

З табл. 2 бачимо, що для другокурсників є характерний саме “обмінюючий” стиль етико-економічної поведінки, оскільки характеристики даного стилю займають більш високу позицію у порівнянні з п’ятикурсниками (ранг 2 у вибірці другокурсників і останнє місце у вибірці випускників). Окрім того, даний стиль представлений в образі “Я” другокурсників набагато ширше, та серед його характеристик переважають переважно “когнітивні” характеристики – вільнодумачий, допитливий, кмітливий, комунікабельний, не догматичний (коефіцієнти кореляції конструкту “такий же як Я” з даними характеристиками 0.825, 0.762, 0.727, 0.683, 0.523 відповідно), тоді як у п’ятикурсників даний тип поведінки представлений лише двома характеристиками – толерантності та інноваційності (коефіцієнти кореляції 0.853, 0.712 відповідно).

Щодо “функціональних” характеристик, то відмічаємо також певні відмінності в образах “успішного Я” потенційних підприємців другого і п’ятого курсів. Стиль “послуги” або “функціональний” стиль передбачає не стільки обмін товарами, в якості якого може бути використана і власна особистість, скільки обмін функціями, послугами. Особистість сприймає власне “Я” як спроможне до незалежної, самостійної діяльності по виробництву якісних, кваліфікованих послуг, в обмін на які можуть бути одержані необхідні послуги, що здійснюються іншими людьми. Інші люди сприймаються з позицій їх “корисності” для себе щодо виробництва необхідних послуг. Власне “Я” не порівнюється з іншими “Я”, особистість

самостійно встановлює собі необхідні життєві цілі. Успіх сприймається, насамперед, як якісне наповнення власної діяльності, в обмін на яку можна отримати все необхідне, в тому числі і матеріальні засоби.

П'ятикурсники більш широко прагнуть реалізувати в своїй діяльності “функціональний” стиль, характеристики якого займають друге місце в ієрархії стилів діяльності (у другокурсників – четверте), демонструючи при цьому унікальність, незалежність свого “Я”, уникнення оцінних суджень чужої діяльності, прагнення лише до раціональних цілей (коефіцієнти кореляції конструкту “такий же як Я” з характеристики даного стилю, що мають місце в сукупному образі “Я” п'ятикурсників, не схожий на інших, раціональний, незалежний, не порівнює себе з іншими 0.836, 0.86, 0.774, 0.741 відповідно). Другокурсники, здебільшого, реалізують у своїй діяльності лише такі характеристики “функціонального” стилю, як самодостатність та конкурентоспроможність, що означає прагнення досягти успіху, бути не гіршим за іншим, а можливо і першим (коефіцієнти кореляції конструкту “такий же як я” з даними характеристиками 0.697 і 0.552 відповідно).

Таким чином, особливості вираженості у майбутніх підприємців схильності до певного стилю економічної поведінки свідчать про те, що превалюючим стилем діяльності для 70,0 % випускників є функціонально-накопичуючий з елементами експлуатуючого, а для 52,9 % другокурсників – ринково-накопичуючий тип поведінки. Однак, виявлена схожість суб'єктивних моделей успіху другокурсників і п'ятикурсників обмежується лише однаковим рангом (1) характеристик “накопичуючого” стилю діяльності. Змістовний аналіз стилів через коефіцієнти кореляції конструкту “такий же як Я” з характеристиками кожного із стилів етико-економічної поведінки, що оцінювалися майбутніми підприємцями в якості превалюючих, показав, що для випускників характерним є прагнення досягти успіху за рахунок раціональності, кваліфікованості

професійної діяльності, економії засобів і якості здійснюваних послуг. Вони не байдужі, а толерантні до всіх людей однаково, відчують взаємну необхідність, проте стосунки з ними будують на функціональній основі, за принципом “корисності”. На нашу думку, таке поєднання стилів, і відповідно, характеристик, які їх визначають, є оптимальним для підприємницької практики, і, певною мірою, визначатиме у майбутньому успішність сьогоденних студентів в якості суб’єктів господарювання. Для другокурсників більш характерним є прагнення досягти успіху за рахунок добрих виконавських якостей та вміння правильно будувати стосунки з людьми, вміння підносити себе, тобто переважно за рахунок особистісних, а не суто професійних якостей, що, певною мірою, в майбутньому може характеризувати їх як “гарних виконавців”, а не успішних підприємців.

Загальний висновок дозволяє констатувати факт, що власне процес професійної підготовки призводить до підвищення усвідомлення майбутніми підприємцями значущості професійних якостей (раціональності та кваліфікованості) у діяльності суб’єктів успішного підприємництва. Однак, залишається 11,4 % випускників університету, які сприймають себе в якості “об’єкта” економічної діяльності, свідомо обирають позицію не особистого, а повноважного контролю, виконуючи при цьому роль залежного виконавця і передаючи економічний контроль “компетентним іншим”. При цьому стосунки з людьми вони будують не за принципом функціональності, а на емоційній основі, що в майбутньому при насиченості справ підприємця може призвести до синдрому “емоційного вигорання” або ж до ситуації “гарного виконавця”, і аж ніяк не до успішності у сфері підприємництва. З іншої сторони, коли майбутні підприємці схильні оцінювати себе лише в координатах професійної компетентності і орієнтуються лише на власну користь, підприємницька діяльність може носити характер етичного “нейтралітету” і мати прагматичне забарвлення. На нашу думку, в процесі професійної



підготовки майбутніх підприємців цілеспрямованої роботи вимагає усвідомлення ними факту, що індивідуальна вигода є функцією не однієї, а, як мінімум, двох змінних – корисності для себе та корисності для інших, що, певною мірою, визначатиме спрямованість майбутнього фахівця на діяльність в етично “зарядженому” просторі.

### **Література:**

1. Фромм Э. Человек для самого себя // Психоанализ и этика. – М.: Республика, 1993. – С.19-109.

*В статье изложены результаты исследования поведенческого компонента личностно-профессиональной субъектности будущих предпринимателей. Осуществлён анализ индивидуальной модели экономического поведения, в основе которой лежат представления потенциальных предпринимателей о способах достижения экономического успеха в профессиональной сфере деятельности.*